Ilustríssimo Senhor Presidente da Comissão Especial de Licitação da Prefeitura de Cocal do Sul – Santa Catarina

Concorrência Concorrência Nº 01/PMCS/2025 – Processo Administrativo Nº 45/PMCS/2025
Recorrida: Legado PUBLICIDADE LTDA.
Recorrente: PMZ Comunicação Ltda.

Legado PUBLICIDADE LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ nº 26.218.216/0001-11, com sede na Rua São Donato nº 95, bairro Centro, Içara/SC, CEP 88820-000, por seu representante legal, vem respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, com fundamento no item 13.1. do instrumento convocatório, apresentar **CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO** interposto pela recorrente PMZ Comunicação Ltda, pelas razões de fato e de direito que passa a expor:

1. INTRODUÇÃO

Interesse direto da Recorrente – terceira classificada

Antes das contrarrazões dos "argumentos" apresentados pelo Recorrente, é importante registrar que **o recurso interposto contra a classificação da Legado Comunicação partiu da terceira colocada**, PMZ Comunicação. Tal circunstância, *per si*, não compromete a admissibilidade do apelo; entretanto, **impõe redobrada cautela na leitura de seus fundamentos, justamente porque o pedido da Recorrente coincide com o seu interesse direto em reverter a liderança do certame**.

No plano jurídico, a peça tenta inserir critérios estranhos ao Edital, por exemplo, "inserir regras de formatação da tabela padrão de mídia, além de reinterpretar regras claras sobre a formatação do plano de comunicação publicitária "indicando que existe RECUO onde demonstra total desconhecimento das ferramentas de word usadas para apresentação das laudas".

Em outras passagens, **a Recorrente pretende, em suma, inserir regras através de narrativas, sem amparo normativo ou fático**.

A postura processual da PMZ Comunicação, destoa da ética concorrencial e da boa-fé objetiva, ao tentar desclassificar primeira e segunda colocada por argumentos sabidamente insustentáveis e por omitir vícios próprios.

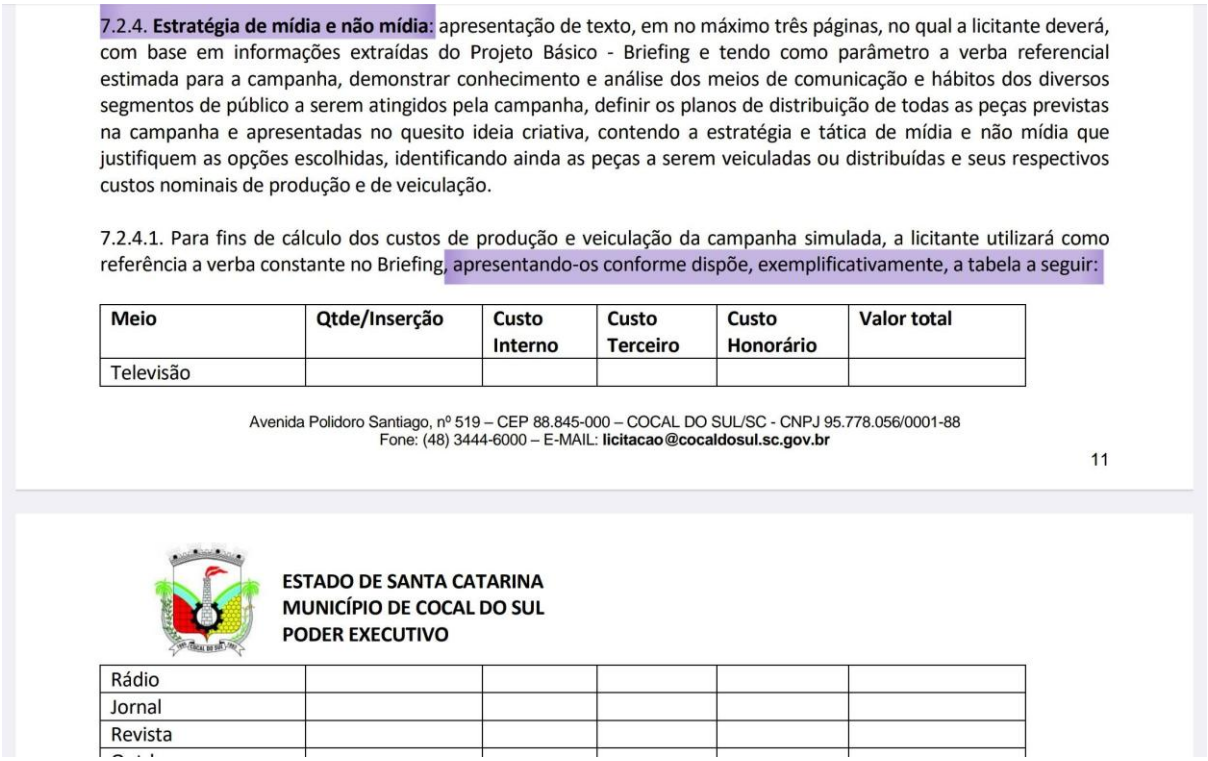
Será muito bem demonstrado, ponto a ponto, que as alegações recursais não se sustentam diante do Edital que regem o certame.

1. **Nunca houve erro no local onde a tabela foi inserida; pelo contrário, a tabela está dentro do edital indicando que a mesma faz parte da estratégia de mídia e não mídia.**
2. **Não tem qualquer indício de uso de recuo dentro do caderno apresentado pela Legado.**

2. Do Suposto Erro na Colocação da Tabela ref. ao Envelope 1

A recorrente sustenta que a agência Legado inseriu a tabela única fora das regras editalícias.

Entretanto, o Edital limita-se a determinar em que local deverá estar tabelas, gráficos produzidos pela participante, em nenhum local indica que a tabela única que faz parte do plano de comunicação deveria estar em forma de anexo. Inclusive o mesmo entendimento aconteceu às demais participantes. O que faz a entender que apenas a PMZ estaria dentro das regras (regras essas que não estão especificadas no edital, e sim apenas um entendimento divergente da recorrente), basta ler o edital.



7.2.4. **Estratégia de mídia e não mídia:** apresentação de texto, em no máximo três páginas, no qual a licitante deverá, com base em informações extraídas do Projeto Básico - Briefing e tendo como parâmetro a verba referencial estimada para a campanha, demonstrar conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público a serem atingidos pela campanha, definir os planos de distribuição de todas as peças previstas na campanha e apresentadas no quesito ideia criativa, contendo a estratégia e tática de mídia e não mídia que justifiquem as opções escolhidas, identificando ainda as peças a serem veiculadas ou distribuídas e seus respectivos custos nominais de produção e de veiculação.

7.2.4.1. Para fins de cálculo dos custos de produção e veiculação da campanha simulada, a licitante utilizará como referência a verba constante no Briefing, apresentando-os conforme dispõe, exemplificativamente, a tabela a seguir:

Meio	Qtde/Inserção	Custo Interno	Custo Terceiro	Custo Honorário	Valor total
Televisão					

Avenida Polidoro Santiago, nº 519 – CEP 88.845-000 – COCAL DO SUL/SC - CNPJ 95.778.056/0001-88
Fone: (48) 3444-6000 – E-MAIL: **licitacao@cocaldosul.sc.gov.br**

11

ESTADO DE SANTA CATARINA
MUNICÍPIO DE COCAL DO SUL
PODER EXECUTIVO

Rádio					
Jornal					
Revista					

Conforme grifo nosso o edital é claro quando exige que dentro da estratégia de mídia e não mídia deve ser apresentado os valores, exemplificativamente, usando a tabela que é disponibilizada no edital.

Já logo na sequência segue o entendimento das demais tabelas, gráficos e afins.

> 7.2.4.3. É permitida a inserção de anexos à estratégia de mídia e não mídia, inclusive a elaboração de tabelas, planilhas e gráficos, os quais não serão computados para fins do limite de páginas previsto no item 7.2.4. Nesse caso, os licitantes poderão utilizar fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para a sua apresentação, devendo reiniciar a numeração de páginas e utilizar algarismos romanos.

Está claro que é permitido a inclusão de tabelas, planilhas e gráficos (ELABORADOS) pela licitante, o edital não traz referência sobre a tabela modelo que as concorrentes devem inserir no plano de mídia e não mídia, conforme o próprio edital informa TABELA A SEGUIR e da o modelo da tabela para exemplificar o plano de mídia e não mídia. As demais tabelas de criação da agência Legado estão inseridas da forma correta em anexo ao caderno como aponta o edital.

O Edital limita-se a determinar em que local deverá estar tabelas, gráficos produzidos pela participante, em nenhum local indica que a tabela única que faz parte da estratégia de mídia e não mídia deveria estar como anexo ao plano. E sim faz alusão que a mesma faz parte do subquesito em questão.

3. Do Suposto uso de Recuo no Envelope 1

A recorrente pretende desclassificar a Legado Comunicação, sob o argumento de "uso de recuo no plano de comunicação publicitário". Mais uma vez sem razão.

O que o Edital exige (e o que foi cumprido): Texto sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes.

7.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** deverá ser apresentado da seguinte forma:

a) em papel A4, branco; com 75 gr/m², orientação retrato;
b) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
d) sem negrito, itálico e sublinhado;
e) com letra maiúscula apenas no início da frase, no início de nomes próprios e em siglas;
f) com textos justificados;
g) com quebra de página a cada novo quesito;
h) com espaçamento 'simples' entre as linhas;
i) com texto e numeração de páginas em fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '12 pontos';
j) com numeração contínua em todas as páginas, pelo editor de textos, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, exceto quanto aos anexos do quesito estratégia de mídia e não mídia e ideia criativa, que deverão ter sua numeração reiniciada, contínua em todas as páginas, em algarismos romanos, no canto inferior direito da página;
k) com verso da página em branco;
l) em caderno único, grampeado no canto superior esquerdo; e
m) sem identificação da licitante.

A recorrida cumpriu com todos os quesitos, conforme segue abaixo.

Vamos primeiramente demonstrar o exemplo de um texto onde é usado recuo e o mesmo texto sem recuo.

📌 **Exemplo de texto *com recuo***

(Usando um recuo de parágrafo, como em textos acadêmicos)

A leitura é uma atividade essencial para o desenvolvimento intelectual. Além de ampliar o vocabulário, ela estimula a imaginação e abre portas para novos conhecimentos. Por isso, dedicar alguns minutos por dia à leitura pode trazer benefícios duradouros.

📌 **Exemplo de texto *sem recuo***

(Não há espaço no início do parágrafo)

A leitura é uma atividade essencial para o desenvolvimento intelectual. Além de ampliar o vocabulário, ela estimula a imaginação e abre portas para novos conhecimentos. Por isso, dedicar alguns minutos por dia à leitura pode trazer benefícios duradouros.

Conforme mostra claramente, recuo é o espaço dado no início de um texto ou até mesmo em novos parágrafos. Escrever um título ou texto que não complete a linha e seja iniciado linha subsequente não tem qualquer relação com uso de recuo.

A recorrida cumpriu com todos os quesitos, razão pela qual não há que se falar em "desclassificação ou penalização". O caderno da Legado foi apresentado exatamente como exigido na convocação.

4. Considerações Finais

Recurso protelatório, com "fundamentos" construídos a partir de narrativa que não encontra sustentação nos documentos.

Sem prejuízo do respeito devido às partes, o recurso da PMZ Comunicação Ltda:

i. induz que a recorrida faz aplicação inadequada na tabela que pertence ao plano de comunicação conforme o edital indica, cujo fundamento não encontra respaldo fático;

ii. pretende reler o Edital, inserindo regras não previstas (formatação dos recuos).

Trata-se, em suma, de narrativa construída para inverter o resultado por vias não previstas no Edital, em especial por quem terminou imediatamente atrás da recorrida, cenário clássico de recurso meramente retórico.

5. Dos Pedidos

Logo, por todo o exposto, requer-se a V. Sa.:

I Que seja integralmente negado provimento ao recurso interposto pela licitante PMZ Comunicação;

II Subsidiariamente, caso V. Sa. entenda por alguma falta no comprimento das regras editalícias, que seja expressamente declarada e aplicada indistintamente a todas as licitantes, mantendo-se, neste caso sim, a isonomia no julgamento e resultado do certame;

Termos em que pede e espera deferimento.

Criciúma, 24 de novembro de 2025.

gov.br
Documento assinado digitalmente
DIEGO DOS SANTOS
Data: 24/11/2025 14:56:01-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Legado Publicidade Ltda,
CNPJ nº 26.218.216/0001-11.

Representante legal

Diego dos Santos. Administrador. Sócio proprietário.

CPF: 068.194.239-85

www.legadocom.com.br | contato@legadocom.com.br